

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 60 от 27.01.2025

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ
_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

Визуальные коммуникации

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Коммуникационного дизайна**
Учебный план 42.03.01_2025_РиО_1.plx
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Квалификация **бакалавр**
Форма обучения **очная**
Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 76

Виды контроля в семестрах:
зачеты с оценкой 2

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
Неделя	16 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.п.н., преподаватель, Карнаева И.Н.

Рецензент(ы):

Канд. архитектуры, Зав.кафедрой КДИГ, Тихов В.Г.

Рабочая программа дисциплины

Визуальные коммуникации

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.01.2025 протокол № 60.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Коммуникационного дизайна

Протокол от 17.09.2024 г. № 2

Срок действия программы: 2025-2029 уч.г.

Зав. кафедрой М.Г.Нечаев

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью освоения дисциплины «Визуальные коммуникации» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с ФГОС ВО в предметной области дисциплин в области коммуникативного дизайна. Приобретение знаний об особенностях визуальной коммуникации, понимание значения визуальной коммуникации в современном информационном обществе, формирование у обучающихся визуальной грамотности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Знания, умения, навыки, творческие способности, полученные на предшествующем уровне образования	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	
2.2.2	Производственная практика. Преддипломная практика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации рекламного продукта

Знать:

Уровень 1	основную терминологию и приемы выполнения задач.
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	Сопоставлять и составлять материалы в соответствующем порядке.
-----------	--

Владеть:

Уровень 1	основами выполнения составления материалов по заданию.
-----------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	ПК-1.1.8 Специфику маркетинговых решений при планировании и выполнении проектов визуальной коммуникации в профессиональной сфере;
3.1.2	
3.2	Уметь:
3.2.1	ПК-1.2.10 Выявлять коммуникационные проблемы, цели и инструменты маркетинга при выполнении проектов визуальной коммуникации в профессиональной сфере;
3.3	Владеть:
3.3.1	ПК-1.3.7 Навыками планирования и реализации коммуникационного продукта с использованием комплекса маркетинга в сфере креативных индустрий;

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Курсовой проект по теме «Визуальные коммуникации. Пиктографика»					
1.1	История возникновения и виды визуальных коммуникаций /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1	
1.2	Вводная лекция. Выбор и согласование объекта проектирования /Пр/	2	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
1.3	Требования к пиктограммам. Имиджевая и навигационная функции пиктограмм.Основные принципы разработки пиктограмм:ассоциативный ряд,доступность, эстетика,оригинальность /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	

1.4	Шрифт в пиктограммах. /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
1.5	Цветовые решения пиктограмм. /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
1.6	Выполнение контрольного задания /Контр.раб./	2	0		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1	
1.7	Выполнение аналитической части проекта и оформление реферата. /Ср/	2	32		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
1.8	Выполнение контрольного задания /Контр.раб./	2	0		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Э1	
1.9	Сдача 1 части проекта /Пр/	2	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
	Раздел 2. Курсовой проект по теме "Визуальные коммуникации" Разработка оригинал-макета системы навигации					
2.1	Визуализация образа и эскизный поиск графической формы пиктограмм /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
2.2	Понятие пиктограммы в системах письменности, в информатике, в дизайне. Пиктограммы и идеограммы. Пиктограмма как элемент визуальной коммуникации /Пр/	2	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
2.3	Выбор графических средств и приемов в компьютерной графике. /Пр/	2	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
2.4	Дизайн — проект "Пиктографика". Проектирование. Консультации. /Пр/	2	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
2.5	Выполнение графической части проекта. /Ср/	2	40		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
2.6	Представление и защита курсового проекта «Визуальные коммуникации» /Пр/	2	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.3 Э1	
2.7	Представление и защита курсового проекта /Зачёт СОц/	2	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной

программы

Подробная информация расположена в соответствующем курсе дисциплины в ЭИОС НГУАДИ

Текущий контроль успеваемости – Контрольная работа

Контрольная работа № 1

Выполнение задания №1 «Анализ аналогов» по основным рекламоносителям предложенной компании, с выбором аналогов по направлению деятельности.

Выполнение задания №2 «Реферат» - описательная часть по рекламоносителям.

Текущий контроль № 2.

Выполнение задания №3 «Рекламная кампания» - выбор рекламной идеи-сценария, поиск графической идеи, составление описательной концепции рекламной кампании.

Выполнение задания №4 «Выполнение курсового проекта» - визуализация рекламной идеи-сценария, разработка рекламоносителей, их графическая реализация (3 основных и 2 по выбору из ТЗ).

Выполнение задания №5 Составление «Реферата-приложения» к курсовому проекту и презентации, содержащего описательную концепцию рекламной компании и прототипы рекламоносителей в масштабе.

Текущий контроль успеваемости - Контрольная работа №2

Контрольная работа № 2

ТЕХНОЛОГИЯ АНАЛИЗА РЕКЛАМОНОСИТЕЛЕЙ:

1. Рассмотреть модульную сетку.
2. Композицию.
3. Цветовую гамму и шрифт.
4. Расположение и использование логотипа (отметить + и -, насколько удачно считывается информация о самой компании).
5. Идеино-образное воплощение (сочетание изображений, слогана, концепции, соответствие целевой аудитории).
6. Дополнительная информация.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА РАЗРАБОТКУ И РЕАЛИЗАЦИЮ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ:

Информация о Компании

- Название
- Контактные данные: адрес компании, электронная почта, интернет-сайт
- Род деятельности
- Конкурентные преимущества
- Потребители
- Конкуренты
- Дополнительная информация о Компании (не вошедшая по каким-то причинам в предыдущие пункты)

Информация о рекламируемом продукте (или услуге)

1. Выбрать предмет рекламы (продукт или услуга)
2. Обозначить целевую аудиторию (определить потребителя)
3. Определить цель рекламной компании (продвижение товара или услуги, повышение спроса и т.п.)
4. Обозначить задачи рекламной компании (создать привлекательный, запоминающийся образ и т.п.)
5. Указать конкурентные преимущества — уникальность предложения
6. Включить необходимую дополнительную информацию (по усмотрению)

Информация о существующем фирменном стиле

- Логотип — стилистика, образ, идея
- Фирменные цвета — в «Pantone» или CMYK
- Фирменные шрифты — основной шрифт и наборный
- Графические элементы, образы, персонажи — особенности, характер размещения, образность
- Модульная сетка (анализ существующих рекламоносителей) — структура и тип компоновки рекламных

сообщений

- Описание других элементов фирменного стиля, использующихся в настоящий момент — наличие и описание (примеры печатной или наружной рекламы и т.п.)

Состав задания

1. Обозначить цель рекламной компании
2. Определить идею и выбрать способы продвижения товара или услуги
3. Обосновать стиль подачи рекламной информации (классический, модернистский, гранжевый, живописный, минималистический и т.п.)
4. Создать слоган для рекламной компании, подобрать текстовую информацию
5. Выбрать графические приемы, отражающие направление деятельности компании, в соответствии с целями и задачами рекламы
6. Определить объем, характер и содержание графической информации
7. Подобрать иллюстрации
8. Предложить и обосновать цветовое решение

Задействовать необходимые рекламоносители (3 основных, 2 по желанию)

- Полиграфия (листовка А5/А6 или флаер)
- Рекламный макет для журнала или газеты (полоса или ½ полосы)
- Макет для наружной рекламы (баннер 3х6 м. /3х12 м. или брандмауэр)
- Реклама на транспорте (аппликация на автобус или автомобиль)
- Деловая документация (визитка, бланк письма, конверт)

5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Подробная информация расположена в соответствующем курсе дисциплины в ЭИОС НГУАДИ

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Вопросы для самоконтроля по дисциплине «Визуальные коммуникации»:

1. «Реклама». Понятие, история возникновения.
2. Основные виды и функции рекламы.
3. Формы передачи информации: преимущества и недостатки.
4. Цели и приемы рекламы.
5. Модель рекламного обращения Э. Левиса.
6. Дизайн рекламы. Расшифровка понятия и основных задач.
7. Принципы использования элементов дизайна.
8. Рекламная стратегия и рекламная идея.
9. Значение фирменного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы.
10. Цвет, форма и шрифт: методика выбора, использование в рекламных целях.
11. Печатная реклама: основные виды и особенности.
12. Наружная реклама: основные виды и особенности.
13. Ошибки при создании печатной и наружной рекламы.
14. Реклама на транспорте как вид рекламы.
15. Реклама в средствах массовой информации как вид рекламы.
16. Реклама на местах продаж. Примеры.
17. Виды сувенирной рекламной продукции и ее специфика.
18. Бренд: понятие, функции, основные составляющие.
19. Системы восприятия и принципы построения логотипа.
20. Слоган: типы и функции.
21. Фирменная документация как объект графического дизайна.
22. Классификация печатной бумаги.
23. Классификация баннерных материалов. Виды виниловых баннеров.
24. Креативная реклама: ее недостатки и преимущества.
25. Современные способы печати полиграфической продукции.
26. Особенности широкоформатной печати: основные требования к файлам.
27. Особенности офсетной и цифровой печати: требования к файлам.
28. Специфика рекламного творчества дизайнера.
29. Закон РФ «О рекламе». Его основные положения.
30. Рекламный кодекс: российский и международный.

Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой

Зачет с оценкой

Зачет с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов дисциплины на основании результатов обучения в семестре.

Зачет с оценкой выставляется обучающемуся в конце семестра и представляет собой среднее арифметическое баллов заработанных обучающимся в ходе обучения в семестре. В случае необходимости (неудовлетворительная работа в течение года, желание повысить оценку) обучающийся сдает несколько пересказов текстов по выбору преподавателя или проходит собеседование по изученным темам. Выполненные письменные контрольные работы размещаются обучающимися в ЭИОС НГУАДИ. Сдача пересказов по пройденным разговорным темам происходит устно и оценивается во время проведения практических занятий. Студентам, получившим незачет, поясняем процедуру и сроки проведения пересдачи зачета.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
---------------------	----------	-------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Акатова О. И., Кумова С. В.	Проектирование визуальных коммуникаций: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015
Л1.2	Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.	Дизайн визуальных коммуникаций: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2021
Л1.3	Попов, А. Д.	Графический дизайн: учебное пособие	Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	МИХАЙЛОВ Сергей Михайлович, Михайлова А.С.	Основы дизайна: учеб. для вузов	Казань: Дизайн-квартал, 2008
Л2.2	Быстрова Т. Ю., Вершинин С. Е.	Философия дизайна: учебно-методическое пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015
Л2.3	Быстрова Т., Колясников В. А	Вещь, форма, стиль. Введение в философию дизайна	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2018

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Визуальные коммуникации» - https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1440
----	--

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
---------	---

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
-----	---

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Курсовой проект является самостоятельной работой студента, служит для развития не только профессиональных, но и творческих навыков. Его обязательная составляющая технический проект по заданной теме. Он всегда связан с направлением подготовки обучающегося. Целью написания курсового проекта является структуризация и усвоение, полученных во время изучения предмета, знаний, навыков и умений. Курсовой проект включает в себя аналитическую и графическую часть.

Курсовой проект выполняется в соответствии с требованиями формулируемыми преподавателем перед ее выполнением. Представляется на проверку преподавателю в распечатанном виде и прикрепляется в личный кабинет обучающегося (ЭИОС).

Методические рекомендации обучающимся по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем.

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;

•проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине.